

Las encuestas políticas post COVID-19

“Con los cuidados del caso, se puede hacer un uso combinado de instrumentos, pero es momento de potenciar las encuestas telefónicas”.

23 de Abril de 2020



Hernán Chaparro

Psicólogo social. Forma parte del núcleo asesor del Área de Estudios de Opinión del Instituto de Estudios Peruanos. Es profesor/investigador de la Universidad de Lima.

¿Cómo hacer encuestas de opinión en estos días? ¿Hay alternativas a las tradicionales encuestas cara a cara a las que estamos acostumbrados localmente? Como ocurre con todo hoy, hay que desarrollar alternativas. Conocer las opiniones, actitudes y comportamientos de la gente es fundamental para los estudios con fines académicos o aplicados al sector privado o público. En el actual contexto, se está potenciando el uso de métodos y técnicas digitales, que ya existían. Esto ocurre no solo porque de otro modo sería imposible hacerlo (encuestas o etnografías cara a cara en hogares, por ejemplo) sino porque los avances y sofisticación de estas herramientas son enormes en la actualidad.

La Unidad de Inteligencia y Análisis de Datos de EsSalud ha estudiado el desplazamiento de quienes enferman del virus que nos aqueja combinando datos del MINSA, RENIEC y googlemaps. Big Data convertida en Smart Data. ¿Qué ocurre con las encuestas políticas? Ahí el tema tiene sus matices porque la representatividad de la muestra es fundamental. En los países del norte se usa, hace años, encuestas telefónicas y paneles online. Muy pocos hacen encuestas políticas cara a cara en hogares. Hay un tema de costos, pero también porque la penetración de celulares e internet es muy alta en estos ámbitos.

En América Latina la tendencia es a realizar encuestas de opinión a través del teléfono (Chile, por ejemplo, las desarrolla así hace años) o usando técnicas mixtas donde se combina el panel online con algún otro recurso. Esto último ocurre porque si bien el acceso a internet crece día a día, los paneles online, que hoy existen en nuestros países, tienen una cobertura limitada y más centrada en la capital o grandes ciudades. En el Perú, todos los que hemos realizado pesquisas de opinión hemos trabajado, principalmente, a través de encuestas cara a cara, pero es obvio que hoy esa no es una alternativa. Con los cuidados del caso, se puede hacer un uso combinado de instrumentos, pero es momento de potenciar las encuestas telefónicas dada la alta penetración de celulares a nivel personal (aprox. 83% de la población de 18 a más años, urbano rural, de acuerdo a cifras de OSIPTEL del 2018). Como bien señalan Pasadas et.al. (2011), acá lo fundamental es la construcción rigurosa del marco muestral (el total de números telefónicos de donde se seleccionará una muestra), el sistema de selección muestral (“marcado aleatorio de números”) y una

Cómo citar:

Chaparro M., H. (23 de abril de 2020). Las encuestas políticas post COVID-19. *La República*. <https://larepublica.pe/opinion/2020/04/23/coronavirus-en-peru-las-encuestas-politicas-post-covid-19-por-hernan-chaparro/>

longitud que no incomode al entrevistado. En el 2010 el gremio de investigadores de opinión en EEUU desarrolló un extenso informe al respecto y el Pew Research publicó, en el 2012, un detallado informe sobre las bondades de esta técnica para estudios de opinión pública. El desarrollo de marcos muestrales de celulares es una alternativa que el IEP** está implementando para las encuestas que realiza para La República.

El Jurado Nacional de Elecciones debería promover un trabajo coordinado con quienes desarrollan este tipo de estudios para ir más allá de las encuestas cara a cara en procesos electorales e incorporar nuevas técnicas, con base científica, que ya se vienen usando hace tiempo en otras latitudes.